

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, REPUTASI VENDOR DAN
PERSEPSI RISIKO PADA NIAT BELI *ONLINE* YANG DIMEDIASI
OLEH KEPERCAYAAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

SINTA PRAHESTI
B 100 140 017

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, REPUTASI VENDOR DAN
PERSEPSI RISIKO PADA NIAT BELI *ONLINE* YANG DIMEDIASI
OLEH KEPERCAYAAN**

Oleh:

SINTA PRAHESTI

B 100 140 017

Surakarta, 06 April 2018

Pembimbing



(Rini Kuswati, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta-57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **SINTA PRAHESTI**

NIM : **B 100 140 017**

Jurusan : **Manajemen**

Judul skripsi : **PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, REPUTASI VENDOR DAN PERSEPSI RISIKO PADA NIAT BELI *ONLINE* YANG DIMEDIASI OLEH KEPECAYAAN**

Menyatakan bahwa sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi saya jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 06 April 2018

Yang membuat pernyataan,



TA PRAHESTI

MOTTO

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah
(HR. Turmudzi)

Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat ; orang yang menuntut ilmu
berarti menjalankan rukun islam dan pahala yang diberikan kepada sama dengan
para Nabi
(HR. Dailan dari Anas r.a)

Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut
untuk kebaikan dirinya sendiri
(Q.S. al-Ankabut: 6)

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang.
Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh
(Andrew Jackson)

Bagian terbaik dari hidup seseorang adalah perbuatan-perbuatan baiknya dan
kasihnya yang tidak diketahui orang lain
(William Wordsworth)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini aku persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan hidup bagi seluruh alam semesta, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna.
2. Orang tuaku tercinta Bapak Karjo dan Ibu Warsi, yang telah memberi motivasi dan dukungan materi maupun moril, serta doa-doa yang selalu mengiringi di setiap langkahku.
3. Adikku tersayang Wida Anggraini yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap langkahku.
4. Untuk keluarga kecil kakakku Mbak Erni, Mas Joko dan Azka yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian dan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk Hardi yang selalu menemani dan memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Sahabat terkasih dan teman seperjuangan dalam bertukar pikiran (Mamik, Sinta, Desy, Amalia) dan teman lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang dengan setia memberikan motivasi dan menjadi teman berbagi.
7. Teman tercinta (Fitria, Siska, Intan, Dyan, Cupris, Cimot) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untukku.
8. Teman-teman di Fremilt Thai Tea (Sani, Pibo, Ida, Alfian, Erik, Meci, Nizar, Aryo, Vita, Mas eca) yang selalu menghibur, memberikan dukungan dan saran untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Almamater terbaik ku Universitas Muhammadiyah Surakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, REPUTASI VENDOR DAN PERSEPSI RISIKO PADA NIAT BELI *ONLINE* YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN**”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna memperoleh Sarjana Ekonomi dalam program studi Manajemen. Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, dan nikmat-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Bapak Profesor Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, serta selaku pembimbing skripsi yang telah memberi arahan dan nasihatnya selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Imronudin, S.E, M.Si, Ph.d selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Rini Kuswati, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberi arahan dan nasihat dengan sabar selama proses penyusunan skripsi.

6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa sabar dan ikhlas dalam memberikan dukungan moril dan materilnya kepada penulis.
9. Teman-teman angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas segala waktu, perhatian, bantuan dan dukungannya.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis berterima kasih apabila diantara pembaca dalam memberikan kritik dan saran guna membangun dan memperluas wawasan penulis.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 06 April 2018

Penulis,



Sinta Prahesti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, reputasi vendor dan niat beli *online* yang dimediasi oleh kepercayaan. Dimana variabel independen terdiri dari kemudahan penggunaan, reputasi vendor dan persepsi risiko, sementara itu variabel dependennya adalah kepercayaan dan niat beli *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah dan belum pernah melakukan pembelian produk secara *online*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 145 responden, teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrument penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji model penelitian yaitu uji asumsi normalitas, uji asumsi outlier, uji model struktural, Uji *goodness of fit*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan mempengaruhi kepercayaan dan niat beli *online*, variabel reputasi vendor mempengaruhi kepercayaan, variabel persepsi risiko mempengaruhi kepercayaan dan tidak mempengaruhi niat beli *online*. Ada pengaruh kepercayaan terhadap niat beli *online*. Dan Variabel kepercayaan memediasi pengaruh kemudahan penggunaan, reputasi vendor dan persepsi risiko pada niat beli *online*.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Reputasi Vendor, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Niat beli

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of usage, vendor error and online try mediated by trust. Where independent variables consist of usage, vendor error and perception, while the dependent variable is trust and purchase decision online. The population in this study is someone who has and has never made purchases of products online. The sample in this study used as many as 145 respondents, sampling technique with purposive sampling method. The analysis used in this research includes the test of research instrument that is validity and reliability test, test of research model that is normality assumption test, outlier assumption test, structural model test, goodness of fit test.

The results showed that variable ease of use affects trust and purchase intention online, vendor reputation variables affect trust, risk perception variables affect trust and does not affect the intention of buying online. There is a belief effect on online buying intentions. And Confidence variables mediate the effect of ease of use, vendor reputation and risk perception on online buying intentions.

Keywords: Ease of Use, Vendor Reputation, Risk Perception, Trust, Purchase Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Niat Pembelian Online.....	9
B. Kepercayaan	11

	C. Kemudahan Penggunaan	14
	D. Reputasi Vendor	15
	E. Persepsi Risiko	16
	F. Penelitian Terdahulu	19
	G. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis Penelitian	22
	H. Model Penelitian	28
BAB III	METODE PENELITIAN	30
	A. Desain Penelitian	30
	B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
	C. Data dan Sumber Data	34
	D. Metode Pengumpulan Data	34
	E. Desain Pengambilan Sampel	35
	F. Metode Analisis Data	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
	A. Deskripsi Data	44
	1. Analisis Deskripsi	44
	2. Deskripsi Responden	45
	3. Deskripsi Jawaban Responden	47
	B. Uji Instrumen Penelitian	53
	1. Uji Validitas	53
	2. Uji Reliabilitas	55
	C. Uji Model Penelitian	56

	1. Asumsi Normalitas.....	56
	2. Asumsi Outliers.....	58
	3. Hasil Full Model <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) ..	59
	4. Uji Goodness of Fit Model Struktural.....	59
	5. Pengujian Hipotesis.....	62
	6. Hasil Pembahasan	65
BAB V	PENUTUP	70
	A. Kesimpulan	70
	B. Keterbatasan Penelitian.....	71
	C. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	<i>Goodness of Fit Indexes</i>	43
Tabel 4.1	Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Usia Responden	45
Tabel 4.2	Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3	Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4	Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Perbulan	46
Tabel 4.5	Hasil Deskripsi Statistik Berdasarkan Waktu Akses Internet Perhari	47
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Kuesioner Kemudahan Penggunaan	48
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Kuesioner Reputasi Vendor.....	49
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Kuesioner Persepsi Risiko	49
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Kuesioner Kepercayaan	51
Tabel 4.10	Deskripsi Jawaban Kuesioner Niat Pembelian Online	52
Tabel 4.11	KMO and Bartlett's Test	53
Tabel 4.12	Pattern Matrix	54
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.15	Hasil Uji Outlier.....	58
Tabel 4.16	Hasil Goodnes-of-Fit Model sebelum Modifikasi Model.....	60
Tabel 4.17	Modification Indices yang disarankan.....	60

Tabel 4.18	Hasil Goodnes-of-Fit pada Modifikasi Model Struktural (Nested Model)	61
Tabel 4.19	Hasil Estimasi Nested Model Struktural.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 4.1 Hasil Pengujian SEM	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Jawaban Responden
Lampiran 3.	Hasil Analisa Data
Lampiran 4.	Kerangka Analisis
Lampiran 5.	Struktural Model Sebelum Modifikasi
Lampiran 6.	Stuctural Kerangka Setelah Modifikasi (Nested Model)